

## **ВНУТРІШНІ КОМУНІКАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА «КНИЖКОВИЙ КЛУБ «КЛУБ СІМЕЙНОГО ДОЗВІЛЛЯ»**

Усім відомо: чим більше людей в організації, тим складніша система внутрішніх комунікацій. Правильно побудовані комунікації дають змогу компанії створити не лише позитивний її імідж, але й домогтися максимального ефекту від діяльності.

Однак роль комунікацій не вичерпується лише успішною діяльністю організації, вона впливає й на духовний розвиток її співробітників. Ефективним тому прикладом є міжнародна корпорація «Bertelsmann, AG Germany», власник найбільших видавництв та медіа-компаній світу, та її українська філія «Книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля» (КСД).

Родина Бертельсманн займається видавничою діяльністю з 1835 р., спочатку це був невеликий сімейний бізнес, зараз «Bertelsmann» має представництва в багатьох країнах Європи й Америки із загальною кількістю працівників понад 100 000 осіб. Але як тоді, так і нині компанія пропагує сімейні цінності.

Для успішної комунікації всіх підрозділів і філій такого великого медіа-концерну було розроблено спеціальну корпоративну політику, а система її внутрішніх комунікацій є різноспрямованою й досить своєрідною. Завдяки цьому співробітники різних філій відчують себе причетними до спільної справи, переймаються досвідом різних країн, удосконалюють свою майстерність.

Уся важлива інформація розміщується на сайті Bertelsmann, де кожен працівник може дізнатися про новини, вакансії, програми навчання й підвищення кваліфікації в різних країнах, а також самостійно зробити заявку на участь у якійсь із цих програм, скориставшись спеціальною опцією на сайті.

Декілька років тому в головному офісі в Німеччині завпроваджено окрему посаду омбудсмена, щоб вирішувати нагальні проблеми, які не можуть бути розв'язані на місцях.

Якщо розглянути окремо українську філію, то, як і на будь-якому сучасному підприємстві, внутрішні комунікації Книжкового клубу

«Клуб сімейного дозвілля» здійснюються вертикально й горизонтально. Вертикальні комунікації здійснюються як від керівництва до підлеглих, так і у зворотному зв'язку – від співробітників до керівництва. Щоб спеціалізовані елементи працювали спільно, просуваючи компанію в потрібному напрямі, керівники відділів періодично зустрічаються для обговорення виходу нової продукції, координації стратегії збуту і обміну тощо. Це дає змогу координувати плани і графіки публікування нових книжок, друкованих матеріалів, рекламної продукції та каталогу з переліком продукції компанії, а також доставляти кінцеву продукцію до споживача.

Але оскільки масштаби Книжкового клубу дуже великі (сьогодні персонал компанії налічує близько 3 тис. фахівців, що працюють у 25 областях України, а також у Москві й Белгороді), для вчасного донесення всіх новин, змін, повідомлень до кожного співробітника в будь-якому куточку країни декілька років тому було засновано окремий внутрішній корпоративний сайт «КСД». Він одразу виправдав покладені на нього сподівання, тому що тепер кожен працівник має доступ до потрібної інформації, майже одразу дізнається про вихід нової книги, кадрові зміни, поточні вакансії, корпоративні заходи чи конкурси. Нові співробітники можуть швидко побачити на цьому сайті історію компанії, її структуру, стратегію розвитку, що прискорює адаптаційний період.

Слід зауважити, що всі ці заходи ефективно впливають на етику комунікацій в організації та створюють досить родинну атмосферу, задовольняючи працівників.

Логинова Н.  
ФГАОУ ВПО «БГНИУ»

## **ИДЕОЛОГИЯ КАК ОСНОВА ДУХОВНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СОВРЕМЕННОГО ЧЕЛОВЕКА**

В нашем современном обществе стали много уделять внимания духовному развитию человека. Распространение молодежного экстремизма – одна из острейших проблем современной России. И Россия, и Украина стали ареной повсеместного распространения самых разнообразных новых религиозных и идеологических объединений, в том числе